

2024年12月期第2四半期（中間期）決算説明会（ハイブリッド形式）

2024年8月8日（木）

17:00-18:30

回答者:

代表取締役	社長執行役員	長谷部 佳宏
代表取締役	専務執行役員	根来 昌一
代表取締役	専務執行役員	西口 徹

1) 2025年以降の考え方について教えてほしい。円高や米国経済に減速の兆しがみえるなど、マクロ環境が変化しているが、経済環境が悪化する状況でも成長は維持できるのか？

現在の為替変動のレベルであれば利益は大きく変動しない。海外売上高比率は約46%であり、マクロ経済の変動時には全体的に影響は受けるが、特定の国・地域の影響を大きく受けることはない。また日本の事業が好調な点はポジティブ。日本で大きく利益を稼ぎ、そこで得た資金をグローバル展開の強化に投資していく。経済環境が悪化する状況においても成長を維持できるとみている。

日本事業における値下げのリスクについて教えてほしい。トイレタリー業界において価格を下げて数量を確保する動きはあるのか？

2022年頃までは値下げの傾向も一部で見られたが、現在はメーカー側だけでなく、小売り側も含めて値上げが浸透してきたと感じている。一時的に値下げし数量の確保を優先するカテゴリーが出てくる可能性はあるが、全体的には日本市場において今後も値上げは継続されるだろう。

2) 化粧品のブランドの絞り込みはいつまで続くのか？化粧品が今後の成長を牽引するようになるのか？

日本での店舗数が多いため時間がかかっているが、化粧品のブランド整理は順調に進んでいる。今回G11、R8に分類された19ブランドから、グローバルに競争力のある6ブランドに絞り込み投資を集中させることを決めた。2025年にかけて6大ブランドに集中した化粧品の戦略をさらに明確にしていく。中国は停滞も、台湾やタイでは成長。2025年は収益体質をもう一段改善し、2026年以降の収益性はさらに向上する見込み。

3) 下期の見通しについて教えてほしい。また中国化粧品事業でどの程度営業利益を下げるのか？

下期の営業利益は対前年で大きく伸びるとは見込んでいない。要因は以下のとおり。

- ✓ 原材料価格変動の影響が利益に対してプラスからマイナスになる
- ✓ 2023年下期に複数のカテゴリー・製品で値上げを行った影響で、価格改定の効果が対前年でそれほど大きくない
- ✓ 流通在庫適正化を目的としたセルインの抑制による中国化粧品事業の減速（営業利益への影響は約▲50億円）
- ✓ 一方、2025年の成長に向けてマーケティング投資は計画通り増やす予定

4) 2025年の成長ドライバーについて教えてほしい。

スキンプロテクションは以下のとおり、グローバルで拡大が期待できる。

- ✓ 米国：2024年下期以降大手4チェーンでビオレUVの取り扱いが開始予定。セルフタンニングも堅調に推移。
- ✓ 日本・中国：ビオレUVシェア拡大。インバウンド需要の増加。
- ✓ 欧州：ビオレUVの展開国拡大

加えてケミカルも底堅い成長が期待できる。化粧品はブランドごとに強弱はあるものの、今後のグローバル成長を期待できるブランドが複数ある。

5) 欧米子会社で計上した構造改革費用34億円の詳細について教えてほしい。この構造改革を実施したことにより、2025年の構造改革効果がさらに上振れる可能性はあるのか？

ヘルス&ビューティケアにおける利益率の低い欧米事業について、キャリア支援も含めた構造改革を現在実施しており、2025年以降20億円弱の利益増を期待している。この20億円弱は、当初予定していた構造改革効果300億円に追加で計上される利益改善効果となる。

2025年2月に予定している2024年通期決算の発表時には、成長戦略を含めた中期経営計画K27の進捗をお伝えしたい。

6) Q2（4-6月）の日本のサニタリーの営業利益はペットケア事業の譲渡益43億円を除くと約11億円という理解でよいか？また事業譲渡益は全てQ2に計上されたのか？

そのとおり。事業譲渡益を除いた営業利益率は約2%となる。事業譲渡益43億円は全てQ2に計上。

日本のサニタリーの売上高 実質増減率▲12.1%となった要因を教えてほしい。

中国向けのペビー用紙おむつの輸出が落ち込んだ。輸出等を除いた日本向けの売上は堅調に推移。生理用ナプキンの売上も計画通り伸長している。またROICの観点から売上ではなく利益を重視しているが、ペビー用紙おむつ、生理用ナプキン共に利益も改善している。

注意事項

本資料に記載されている内容は、決算説明会の質疑をもとに要約した当社の見解であり、その情報の正確性および完全性を保証または約束するものではなく、また今後、予告無しに変更されることがあります。

また、業績見通し等の将来に関する記述は、当社が現在入手している情報及び合理的であると判断する一定の前提に基づいており、その達成を当社として約束する趣旨のものではありません。また、実際の業績等は様々な要因により大きく異なる可能性があります。